

ANEXO 1

POLÍTICA DE COMUNICAÇÃO INTEGRADA

1. Objetivo

Essa política tem como objetivo orientar a comunicação entre as diversas unidades do Tribunal e dessas com os seus públicos de relacionamento, de forma alinhada, coordenada e sinérgica, tendo como princípio o Planejamento Estratégico da Corte, visando garantir transparência das ações e consolidar a boa imagem do Tribunal junto à sociedade baiana.

1.1. Objetivos específicos

Orientar, integrar e regulamentar as ações de comunicação do Tribunal Regional Eleitoral da Bahia, no âmbito interno e externo, garantido o seu alinhamento aos princípios da Administração Pública e ao planejamento estratégico do órgão e especialmente:

- Definir diretrizes gerais da comunicação e apresentar suas modalidades e conceitos;
- Desenvolver o planejamento global das atividades de comunicação integrada;
- Aprimorar o processo de gestão da imagem do Tribunal junto à sociedade;
- Orientar e monitorar, no âmbito do TRE-BA, as ações de comunicação envolvidas nos processos de natureza administrativa e institucional;
- Sugerir procedimentos e planos de ação para sustentar o processo de comunicação integrada nas Secretaria e Zonas Eleitorais.

2. Princípios que regem a comunicação do Tribunal

- I. Transparência
- II. Objetividade
- III. Respeito ao cidadão
- IV. Economicidade

- V. Clareza da informação
- VI. Uso de novas tecnologias
- VII. Acessibilidade
- VIII. Tempestividade
- IX. Ética
- X. Facilidade de acesso e efetividade

3. Glossário da comunicação do Tribunal

- a. **Comunicação Organizacional:** É conjunto de diferentes modalidades de comunicação e pressupõe a junção da comunicação institucional, da comunicação publicitária, da comunicação interna e da comunicação administrativa, que apesar das diferenças, devem formar um fluxo harmonioso que garanta a eficácia da comunicação na organização;
- b. **Comunicação Institucional:** É responsável pela construção e formatação da imagem e identidade da organização, ressaltando os aspectos relacionados com a missão, a visão e os valores da organização;
- c. **Comunicação Administrativa:** Abrange todos os conteúdos do cotidiano da administração do Tribunal, buscando atender às áreas centrais de planejamento e às estruturas técnico-normativas. Tem como finalidade orientar, atualizar, ordenar e reordenar o fluxo interno das informações;
- d. **Comunicação Publicitária:** É direcionada a partir de um objetivo mercadológico, cuja mensagem é persuasiva e elaborada com foco no público de relacionamento, e visa estimular a uma ação;
- e. **Comunicação Interna:** São ações direcionadas para interação entre o Tribunal e seus servidores e entre as suas Unidades, muitas vezes utilizando as ferramentas da comunicação institucional e até da comunicação mercadológica, voltada prioritariamente para o público interno;
- f. **Fonte:** São portadores e transmissores de informação. Podem ser pessoas, documentos escritos ou audiovisuais, por meio dos quais os jornalistas tomam conhecimento de informações e dados, e, também, verificam o rigor

dos dados obtidos ou aferem a veracidade das informações apresentadas anteriormente;

- g. **Deadline:** Prazo final para prestação da informação para a imprensa;
- h. **Aspas:** Declaração da fonte para compor matéria jornalística;
- i. **Spot:** Gravação em áudio para divulgação nos diversos meios: carro de som, rádio, internet, etc.;
- j. **VT:** Gravação em vídeo para divulgação nos diversos meios: Tv e Redes Sociais;

4. Diretrizes da comunicação no Tribunal

4.1 Diretriz no uso da imagem e marca

A marca é a identidade de uma instituição. Construída a partir de valores e princípios praticados ao longo do tempo, a marca expressa compromissos, inspira confiança, transmite solidez e tradição, contribuindo para a consolidação de uma reputação positiva.

O logotipo é a representação gráfica da marca, a base de uma identidade visual utilizada pelo Tribunal em sua comunicação com o seu público de relacionamento e com a sociedade em geral.

A aplicação correta do logotipo do Tribunal contribui para construir e consolidar a imagem e a marca da Justiça Eleitoral. Seja qual for a utilização da nossa marca, consulte antes esta política. Leia com atenção e siga as orientações para cada tipo de peça ou situação.

- a) Toda divulgação oficial deve conter cabeçalho com o Brasão da República, (conforme Manual de Atos Oficiais Administrativos, aprovado pela Portaria TRE-BA nº 175/2015) e a identificação da Unidade responsável pelo conteúdo, seja internamente ou para o público externo;
- b) Nas comunicações internas pode haver marca criada por ou para uma unidade específica, mas o logotipo da Instituição deve estar presente, e este com não menos destaque que aquele;

- c) Sempre que a nossa marca tiver que ser apresentada em conjunto com a marca de outra corporação, deverá estar à direita ou abaixo e, ao menos, com o mesmo destaque, nos eventos de organização nossa;
- d) As publicidades dentro do Tribunal devem ser afixadas, exclusivamente, em murais, ou áreas criadas para tal fim, preferencialmente, em tamanho não superior ao A3, exceto banners e faixas, em eventos;
- e) Os murais, sempre que possível, devem ser colocados de forma frontal ao maior fluxo das pessoas, em locais de grande circulação do público-alvo.
- f) É de responsabilidade da área de comunicação (ASCOM) delimitar e gerenciar a localização de murais ou áreas citadas no item “d”. Nas zonas eleitorais localizadas no interior do Estado, o chefe de cartório poderá delimitar as referidas áreas, sob a orientação da área de comunicação.
- g) É vedada a fixação de material gráfico de divulgação e informação em locais não delimitados pela área de comunicação, exceto as sinalizações oficiais.
- h) Em assinatura de e-mail oficial, para o público externo, deve ser utilizado apenas o Brasão de Armas da República.
- i) Toda divulgação não jornalística (comerciais), onde seja veiculada a imagem e/ou voz de terceiros, colaboradores ou não, deve ser por eles formalmente autorizadas, assinando Termo de Cessão de Imagem e Voz (ANEXOS A, B, C e D).
- j) Cabe a área de comunicação avaliar e, se for o caso, criar submarcas e logotipos oficiais para atender demandas específicas.
- k) Todo e qualquer material de divulgação oficial que seja veiculado e que use a marca do Tribunal ou de suas unidades, deve ser aprovado e/ou criado pela área de comunicação.

4.1.1 A Marca

A marca pode ser apresentada em duas versões: uma de uso preferencial (horizontal), e uma vertical, em cores no padrão RGB ou CMYK, dependendo do uso. A versão vertical é indicado somente nos casos em que a aplicação da versão horizontal não for possível devido a limitação de espaço. Há na marca a identificação da unidade da Federação (UF) à qual o Tribunal pertence.

a) Colorida



Tribunal Regional Eleitoral
da Bahia



b) Preto e branco



Tribunal Regional Eleitoral
da Bahia



c) Monocromáticas, positiva e negativa.

c.1) positiva:



Tribunal Regional Eleitoral
da Bahia



c.2) negativa:



Tribunal Regional Eleitoral
da Bahia

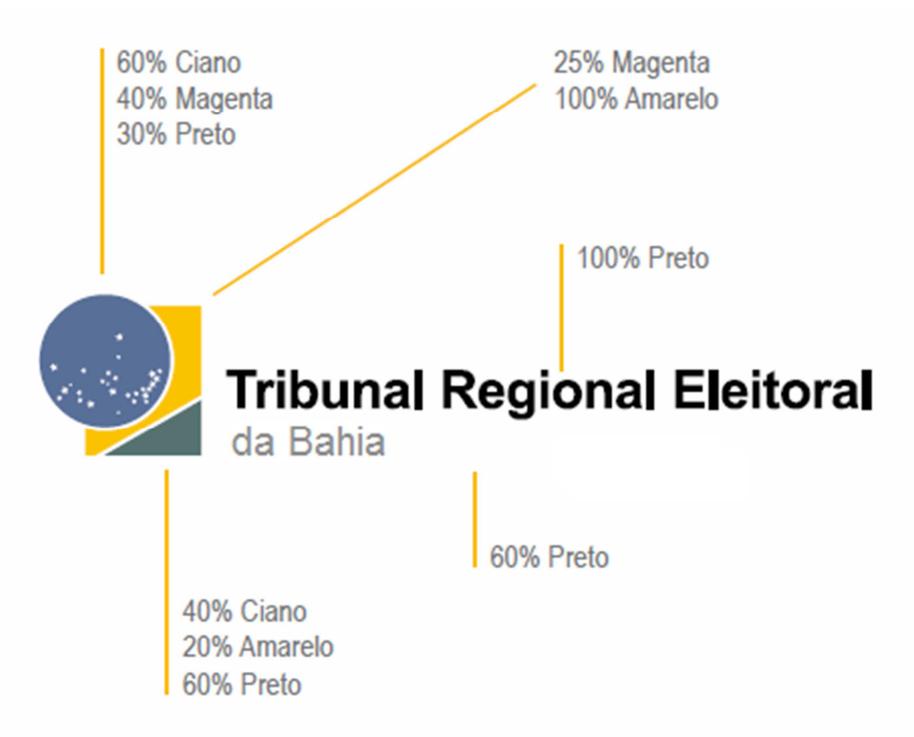


d) Tipografia

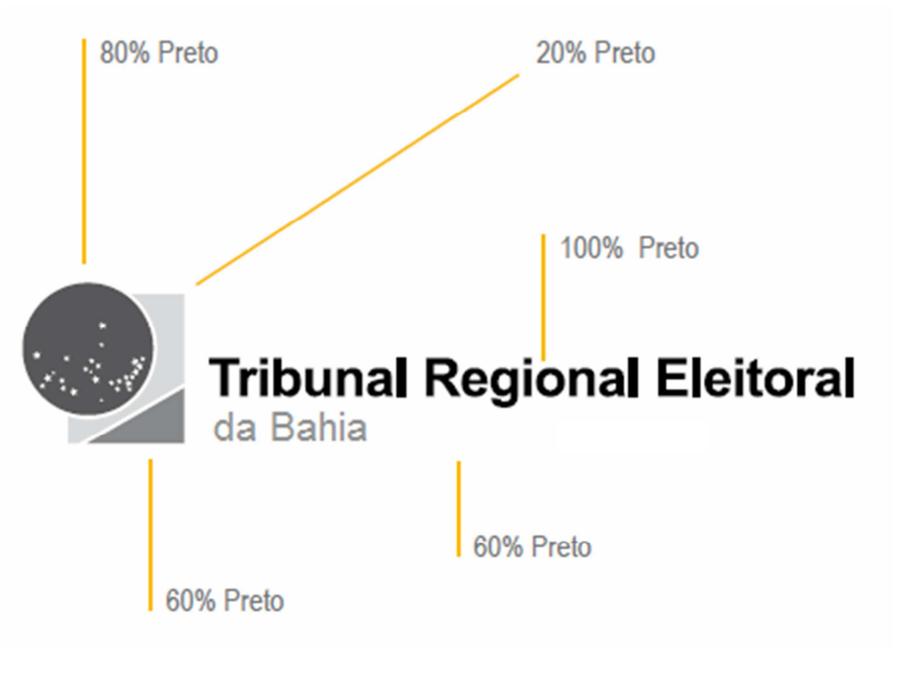
A fonte escolhida para o nome do Tribunal é a Arial, na versão Bold e na cor preta. Para o nome da UF, Arial, na cor cinza (ver Paleta de Cores adiante).

e) Paleta de Cores

- Versão com cores chapadas em padrão CMYK

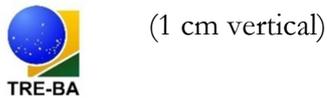


- Versão com cores chapadas em escala de cinza



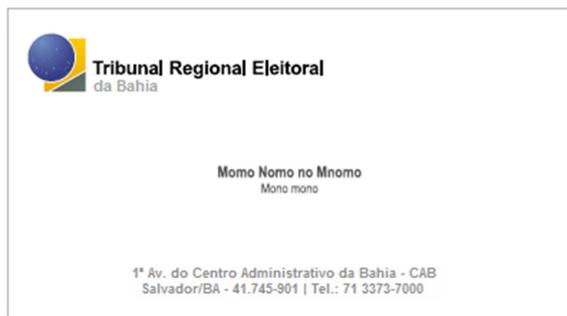
f) Redução Mínima

As dimensões mínimas variam de acordo com a assinatura, de forma a manter a legibilidade do conjunto sob as mais diversas condições para aplicações com finalidade digital, como apresentações em tela, na Internet, ou para impressão.



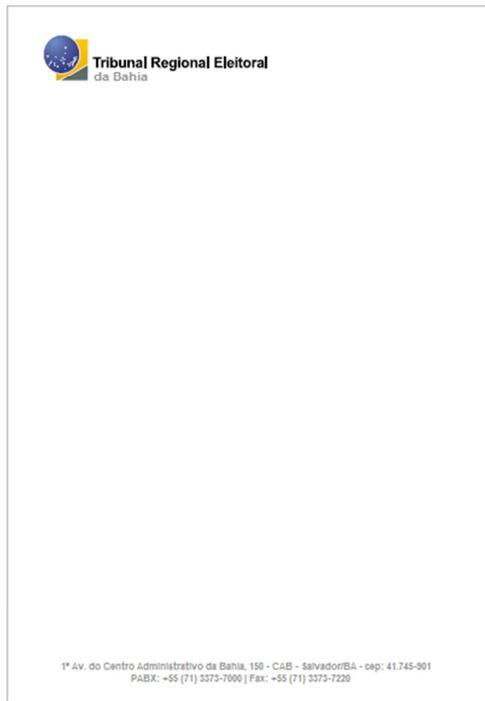
g) Papelaria

- Cartão de visita (85mm X 55mm)

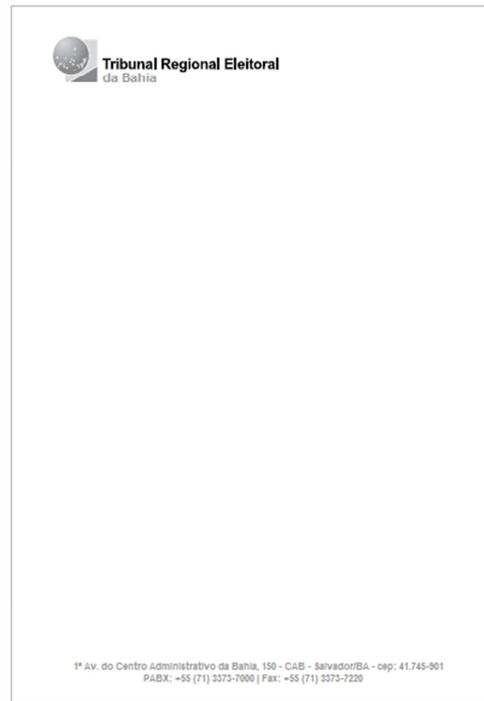


Cartão de Visita 85mm x 55mm, papel-cartão

- Papel carta – A4 (vou retirar este item: não se usa mais)



Papel carta no formato A4 210mm X 297mm, 75 g/m²



Papel carta no formato A4 210mm X 297mm, 75 g/m²

- Envelope ofício pequeno, com ou sem janela (229mm X 114mm)



Envelope no Formato Carta 114mm x 229mm,
papel AP 90g



- 4. Envelope ofício grande (229mm X 324mm)



5. Comunicação Administrativa

Comunicação Administrativa refere-se ao processo de comunicação cotidiana na dinâmica do Tribunal. Ela está presente em todas as áreas e atende do planejamento às estruturas técnico-normativas. Tem como finalidade orientar, atualizar, ordenar e reordenar o fluxo das informações entre as Unidades.

5.1 Diretrizes da comunicação administrativa

As diretrizes de comunicação administrativa são ações orientadoras para interlocutores; elas não se apresentam como norma ou regra, cabendo ao servidor observar estes princípios para nortear a boa comunicação e o fluxo regular da informação.

a) Do papel das pessoas

Os colaboradores, sejam magistrados, servidores, requisitados ou terceirizados, devem ter consciência que o processo de comunicação é reflexo das atitudes e comportamentos individuais, ressaltando-se a importância da internalização da cultura da interação e a responsabilidade de cada um na divulgação de suas atividades institucionais.

b) Da qualificação da informação

As mensagens devem estar adequadas às linguagens, canais de comunicação e aos diferentes tipos de público, observando-se a acessibilidade, com a utilização otimizada dos diversos meios e ferramentas tecnológicas de comunicação.

c) Do relacionamento interpessoal

A interlocução deve transpor a simples emissão de informações, devendo ser uma preocupação de todos os membros e integrantes da instituição contribuir para a efetiva comunicação.

Para cultivar um bom relacionamento interpessoal, onde a comunicação ocorra sem ruído, devem ser observados os seguintes princípios: seja empático; se coloque no lugar do outro, considere sua opinião e sentimento; ouça o outro, a comunicação é uma via de mão dupla; cuidado com a abordagem, uma boa abordagem é fundamental em qualquer conversa, um bom dia, um olá como vai, pode dar um tom cordial e tornar a comunicação leve.

d) Do conteúdo da mensagem

As mensagens devem ser claras e objetivas, ter coerência textual, coesão e cordialidade.

e) Da interatividade

Sempre que possível, deve-se possibilitar que o público interaja no processo comunicativo (feedback). A informação torna-se mais atrativa, tornando o ambiente de comunicação um meio para discussão de ideias e alinhamentos. Outro fator muito importante da interatividade é a possibilidade de avaliar se as mensagens transmitidas estão sendo realmente compreendidas.

f) Da comunicação em processos operacionais

Sempre que possível, os processos operacionais, ou seja, o detalhamento do trabalho operacional a ser realizado, deve-se está acompanhado de conteúdo informacional, seja ele guia simplificado, manual ou orientação, contendo todo passo a passo para tarefa e as comunicações que precisam ser realizadas.

g) Da acessibilidade da informação

Busque sempre o meio adequado para comunicar de acordo com o público que deseja atingir. Refine o público da mensagem de modo que ela seja entregue somente a quem precisa ser informado. A informação deve está sempre disponível e organizada.

h) Do processo de escuta

Crie canais de comunicação com seu público; ouça com real interesse.

6. Ferramentas de comunicação e redes sociais

Em 2012 o Tribunal modernizou a forma de comunicar com o público, a partir da implantação das mídias sociais, por se tratar de um meio rápido e acessível para divulgação de notícias, foto, áudio e vídeo. Essas novas ferramentas têm como natureza a colaboração. Os cidadãos publicam conteúdo, não apenas consomem. É o que se chama de Web 2.0.

Nesse novo contexto, surgem também novas formas de relacionamento entre o cidadão e Estado. Não se trata apenas da possibilidade de prestar um serviço pela internet, mas o cidadão agora tem o poder avaliar, criticar, denunciar e exigir explicações.

Essa interação proporcionada pelas redes sociais exige uma nova visão de comunicação institucional. É preciso aceitar que a relação agora é horizontal e sem hierarquias. Ao mesmo tempo em que se fala, também é preciso ouvir. As pessoas marcam o Tribunal, criticam, elogiam, inserem fotos ou vídeos relacionados ao órgão. Os próprios servidores e colaboradores estão na rede e muitas vezes falam de assuntos de trabalho, o que pode trazer benefícios ou prejuízos.

Dessa forma, as mídias sociais não se tratam de moda ou opção. É uma realidade que oferece oportunidades e riscos e que exige atenção institucional do Tribunal.

6.1 Atuação do TRE-BA nas redes sociais

O objetivo da TRE-BA ao atuar oficialmente em mídias sociais é aproximar o cidadão da Justiça Eleitoral na Bahia e aprimorar o relacionamento institucional, buscando sempre consolidar a boa imagem do Tribunal junto à sociedade.

6.2 Princípios gerais de conduta

O Tribunal, seus servidores e colaboradores devem seguir princípios de decoro, zelo, eficácia, de preservação do patrimônio, de honradez e da tradição dos serviços públicos e de conduta ética. Tais princípios devem guiar o comportamento dos servidores e colaboradores do TRE-BA tanto no ambiente offline quanto no online.

A transparência e publicidade constituem elementos indispensáveis; todavia não deve ser confundida com a mera divulgação de informações de qualquer forma, sem critério. Este princípio deve ser seguido com responsabilidade, considerando o interesse coletivo, os direitos de sigilo do Tribunal e de privacidade pessoal.

6.3 Uso da marca nas redes

O TRE-BA deve se apresentar em seus canais oficiais de forma coerente, integrada e constante, com conteúdo de interesse e relevância, com linguagem adequada aos públicos e com postura clara.

Antes de publicar qualquer informação, seja em perfis pessoais ou oficiais, servidores e colaboradores devem avaliar os desdobramentos que determinados conteúdos, críticas, reclamações ou sugestões poderão acarretar à imagem institucional, se expostos na internet.

E devem ter em mente que o público externo pode não separar considerações pessoais das profissionais.

O comportamento nas mídias sociais deve ser trabalhado para esclarecer a população, prestar contas à sociedade, dialogar e mobilizar eleitores, servidores e colaboradores a ajudar o TRE-BA a consolidar a boa imagem junto à sociedade baiana.

6.4 O que deve ser observado ao usar a marca

O uso da marca em conteúdos publicados em mídias sociais deve seguir as normas desta Política. Post, vídeos, áudios, imagens e textos feitos por servidores e colaboradores a serviço do TRE-BA devem estar de acordo com os padrões de qualidade.

A logomarca TRE-BA só deve ser incluída como imagem de perfil nas contas oficiais. Logomarcas de Secretarias, Coordenadorias, eventos ou outros devem ser usados de forma a representar o conteúdo que está sendo divulgado e sempre de acordo com esta política.

Espaços destinados a imagens de caráter temporário nas contas oficiais podem ser utilizados para divulgação de campanhas ou ações, contanto que estejam condizentes com o público e o conteúdo daquele perfil.

6.5 Perfis do TRE-BA nas Mídias Sociais

O TRE-BA mantém perfis oficiais no Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, Soundcloud. Estas contas são administradas por profissionais autorizados a falar em nome do Tribunal com objetivos e métodos específicos. A interação nestes perfis do órgão seguem orientações e supervisão técnica da Assessoria de Comunicação, de forma a zelar pela boa imagem da instituição.

Os perfis pessoais de servidores e colaboradores do Tribunal, embora de uso e responsabilidade individuais, devem, sempre que possível, seguir as orientações deste manual. Nesses perfis é permitido falar “sobre o Tribunal”, mas nunca falar “em nome” dele.

6.6 Quem pode criar e ser administrador de conta oficial do TRE-BA nas mídias sociais?

A criação e administração de contas oficiais do TRE-BA em redes sociais é atribuição exclusiva do Assessor de Comunicação e seu substituto. Os administradores de contas podem conceder autorização para editores, moderadores, anunciantes, analistas e colaboradores em geral. Estas funções são limitadas e monitoradas pelos administradores. Cada uma com seu papel e atribuições específicas.

6.7 O que os servidores e colaboradores devem observar ao citar o TRE-BA nas redes sociais

- a) É permitido mencionar em seu perfil pessoal que você trabalha ou faz estágio no TRE-BA;
- b) Não é permitida criação de conta em rede social usando e-mail institucional, excluído desta proibição os administradores de contas oficiais;
- c) Você pode usar fotos em seu perfil pessoal com alguma identificação do TRE-BA, desde que a imagem não prejudique a reputação ou a identidade visual do Tribunal;
- d) Informações disponíveis no site oficial do TRE-BA, como imagens, matérias jornalísticas, publicações, podem ser divulgadas ou mencionadas em conversas particulares nas redes sociais;
- e) Grupos de discussão envolvendo o TRE-BA devem expressar claramente em seu perfil que não são oficiais;
- f) A troca de informações mesmo em grupos de discussão deve ser feita com cautela. Dados sigilosos não podem ser divulgados;
- g) Se for postado algum comentário passível de resposta da Assessoria de Comunicação do TRE-BA, o servidor ou colaborador deve entrar em contato, para que a área responda o comentário;
- h) Valorize os perfis oficiais do TRE-BA e interaja com eles. Ofereça sugestões de conteúdo. Se gostar, “curta”, recomende a leitura para quem possa ter interesse no tema;
- i) Não se exponha publicamente nem colegas de trabalho, parceiros, eleitores, a situações vexatórias. A vida pessoal e a profissional podem se misturar, gerando transtornos para você, para as pessoas envolvidas e ainda refletir negativamente na imagem do TRE-BA;
- j) Cuidado com as interpretações que seu comportamento pode gerar para a sua imagem profissional e sobre a reputação do TRE-BA;
- k) Reflita sobre suas mensagens antes de publicá-las. Elas permanecem na rede por longo tempo e podem ser reproduzidas por outros usuários;
- l) Não compartilhe boatos, rumores sobre o TRE-BA. Não participe de maneira alguma de quaisquer crises relacionadas ao Tribunal;
- m) Só expresse opiniões com respeito e fundamento;
- n) Você pode usar o nome do TRE-BA em uma etiqueta das Redes Sociais (conhecida como hashtag) para mobilizar outras pessoas a falarem sobre um determinado assunto. A adoção de hashtag deve ser voluntária. Sugira, mas não force as pessoas a repassar a sua etiqueta. Ao criar uma hashtag, pesquise para ver se já não existe uma sobre o mesmo assunto. Se já existir e combinar com o que você tem a divulgar, use-a;
- o) Comentários ofensivos a colegas de trabalho, autoridades ou eleitores podem ser considerados infração disciplinar;
- p) Administradores de contas oficiais, editores, moderadores do TRE-BA devem estar atentos para não publicarem opiniões pessoais no espaço do Tribunal;

6.8 Hotsites

Hotsite é uma página momentânea, geralmente voltada para destacar uma ação específica de comunicação ou um evento. A sua criação deve ser autorizada pelo Comitê Gestor da Intranet e Internet (COMINT).

A solicitação de autorização para construção de hotsite deve estar acompanhada de justificativa, relatando as características do site em questão, os objetivos de comunicação pretendidos, o público-alvo, os conteúdos, a equipe que ficará responsável pelo desenvolvimento web, suporte e atualização do conteúdo.

A Assessoria de Comunicação do TRE-BA é responsável pela verificação do padrão visual e de conteúdo do hotsite, ficando sob responsabilidade do setor solicitante o desenvolvimento web.

6.9 Política de uso de aplicativos de comunicação instantânea (Whatsapp, Telegram, Viber, Signal etc.)

Os aplicativos de mensagens para smartphones permitem uma comunicação ágil e instantânea, através de mensagens escritas, mensagens de voz, vídeos ou ainda através de telefonemas. Em pesquisa realizada da Embratel, intitulada “A Conectividade das Empresas Brasileiras”, ficou constatado que mais de 55% das organizações já utilizam o aplicativo Whastapp de forma institucional, principalmente por ser rápido, gratuito (necessita apenas de uma conexão com a internet para funcionar), móvel e versátil.

6.9.1 Os aplicativos de mensagens instantâneas podem ser utilizados institucionalmente pelo Tribunal?

Sim. O TRE-BA reconhece o uso dos aplicativos de mensagens instantâneas, a exemplo do whatsapp, de forma oficialmente.

6.9.2 Como serão feitas as comunicações pelos aplicativos?

As comunicações poderão ser feitas diretamente ao servidor ou através de grupos oficiais.

6.9.3 Quem pode criar grupo oficial?

Os grupos oficiais poderão ser criados por Chefe de Seção, entre os servidores da seção, Coordenadores e Assessores, entre os chefes e assistentes, e Secretários, entre os Coordenadores, chefes e assistentes.

Para setores que não são organizados de forma verticalizada em Secretaria/Coordenadoria/Sessão, poderão ser criados grupos também de forma horizontal. Também está autorizada a criação de grupos oficiais para projetos temporários, sob responsabilidade do coordenador do projeto. O grupo deve conter o nome “Oficial” e a logomarca do TRE-BA ou do Setor específico. Exemplo: “COELE OFICIAL”

6.9.4 Sou obrigado a participar de grupo oficial?

Somente é obrigado a participar de grupo oficial os servidores detentores de cargos ou funções comissionadas. Caso não se enquadre neste requisito, ao ser incluído em grupo oficial, o servidor pode imediatamente, se excluir do grupo.

6.9.5 Qual objetivo da criação de grupos oficiais?

A principal função de grupo oficial é dinamizar a comunicação entre os integrantes da equipe de trabalho.

6.9.6 O que pode ser comunicado por grupo de mensagens?

Somente poderão ser enviadas em grupos oficiais, mensagens de baixo impacto para o trabalho, ou seja, avisos, lembretes, pequenos pedidos de informação, divulgação de comunicados e outras mensagens que não impactem no resultado do trabalho da equipe.

6.9.7 O que NÃO pode ser comunicado por grupo de mensagens?

- a) Não poderão ser passadas ordens diretas de serviço ou qualquer outra ordem por mensagem enviada via grupo oficial;
- b) Não é permitido tratar da vida funcional do servidor/colaborador, via mensagens para grupo;
- c) Não é permitido troca de mensagens de conteúdo particular;
- d) Não é permitido troca de mensagens que não dizem respeito ao trabalho da equipe;
- e) Não é permitida a criação de mais de um grupo oficial por unidade, compreendendo por unidade secretaria, coordenadoria, sessão e assessoria.
- f) Não é permitido o compartilhamento de correntes, gifs animados de bom dia, boa tarde e boa noite, vídeos humorísticos e outros do mesmo estilo.

7 Plano de Comunicação Anual e da Estratégia

O Plano de Comunicação Anual (PCA) e Plano de Comunicação da Estratégia (PCE) são instrumentos orientadores para a comunicação e marketing do Tribunal. Neles estão pautados todos os esforços de comunicação do órgão. Além dos PCA e PCE, o TRE-BA desenvolve planos de comunicação para ação específica a exemplo de plano de comunicação para o “Recadastramento Biométrico” e outros.

7.1 Qual a função do plano de comunicação

A principal função do plano de comunicação é definir a melhor forma de transmitir uma mensagem, o canal e público adequado e periodicidade, ou seja, traçar metodologias para a divulgação de uma ação, objeto ou fato.

7.2 Como devem estar estruturados os planos de comunicação do TRE-BA

a) Definição do Público Alvo

A quem se destina a comunicação. Aqui é traçado o perfil do público que se quer alcançar.

b) Objetivo da Comunicação / orientação estratégica

Definir os objetivos que o TRE- BA deseja atingir com o seu plano de comunicação.

c) Ações serão realizadas

Detalhe as ações que serão realizadas para chegar ao objetivo pretendido.

d) Avaliação das ações

Detalhe como serão avaliadas as ações do plano de comunicação.

7.3 Periodicidade de revisões dos planos de comunicação

Os PCA e PCE serão revisados anualmente, ou sempre que necessário, para se adequar às atualizações e mudanças de rota do planejamento institucional, novos projetos e ou outras ações que demandem atualização dos planos. Até o dia 15 de dezembro de cada ano deverá ser publicado, na intranet, os planos que serão executados no ano subsequente. Os planos específicos serão atualizados sempre que necessário.

7.4 Quem é responsável pela confecção e desenvolvimento dos planos de comunicação do TRE-BA

Os planos de comunicação do TRE-BA serão desenvolvidos e acompanhados pela Assessoria de Comunicação Social e Cerimonial (ASCOM) do Tribunal. Sempre que necessário, os setores interessados no plano deverão participar da confecção e acompanhamento do plano.

8 Relacionamento com a Mídia e Atendimento à Imprensa

A política de relacionamento com a mídia e atendimento à Imprensa foi elaborado visando qualificar a interação entre os servidores e magistrados do Tribunal baiano com os profissionais dos diversos veículos de comunicação. Não se trata de um compêndio de regras, mas de sugestões que irão tornar mais proveitosos os momentos com os profissionais desses veículos.

8.1 A importância de falar com a Imprensa

É função precípua da Assessoria de Comunicação Social colher, apurar, produzir e publicar material jornalístico sobre atividades do TRE-BA e das zonas eleitorais e divulgá-las interna e/ou externamente; também atender as demandas da Imprensa por informação. E é na Imprensa que encontramos um excelente canal para levar ao cidadão o que fazemos e temos feito e demonstrar nosso empenho em cumprir a missão constitucional, que é de garantir a legitimidade do processo eleitoral.

As ações de comunicação representam um investimento lucrativo para a instituição, pois dão visibilidade e estão fundamentadas numa visão estratégica.

Para cumprir bem esse objetivo precisamos perceber a importância do bom relacionamento com a Imprensa, e de que exercer o papel de fonte de informação requer preparo e jogo de cintura para lidar com o *timing* jornalístico. Por isso, precisamos entender que as entrevistas é uma ótima oportunidade para dizer o que o Tribunal baiano vem fazendo ou pode fazer para o cumprimento da sua missão.

8.2 Como proceder quando a imprensa procurar sua unidade

- a) De forma amistosa receba o jornalista e o trate pelo nome;
- b) Perguntas “desconfortáveis” ou polêmicas fazem parte do repertório investigativo do profissional de jornalismo. Ao se deparar com elas, ~~assegure~~ lembre-se que é o direito de expressão dos entrevistadores e exerça adequadamente o domínio da situação;
- c) Mesmo nas opiniões divergentes, evite hostilidades e responda de maneira educada;
- d) Se desejar pode tecer elogios profissionais; irá tornar o clima mais amigável;
- e) Em todos os tipos de entrevistas será mais proveitoso focar na objetividade. Assim, dê de imediato a manchete, ou seja, a informação mais importante;
- f) É importante ouvir atentamente o repórter e não interrompê-lo durante sua indagação;
- g) Estar preparado para perguntas que requerem estatísticas, análises, dentre outras informações mais apuradas, é fundamental. Isso demonstra conhecimento, segurança e reforça uma imagem institucional eficaz para o público. Por isso, solicite da ASCOM previamente um briefing, que é um relatório conciso e objetivo com informações para orientá-lo(a) nas entrevistas;
- h) Caso não tenha a informação solicitada pelo jornalista peça desculpas e se comprometa de enviar em seguida. E não falte com o prometido;
- i) Para auxiliar o repórter na hora de redigir a matéria, se possível, ofereça material escrito, como sinopse dos assuntos abordados, sobretudo daqueles de teor jurídico, como cópia de leis;
- j) Eventualidades podem acontecer; caso não possa conceder a entrevista na data marcada, justifique antecipadamente. Caso contrário, oriente um(a) servidor(a) para ser a fonte de informação;
- k) O atendimento deve ser igual para todos os profissionais, sem privilégios, independentemente do veículo que representam;
- l) Para quem precisa fazer anotações é mais adequado mesa e cadeira. Além de um ambiente silencioso ser fundamental, deixe o local organizado, atendo-se às peculiaridades de cada situação;

8.3 Entrevista para televisão

- a) Nas entrevistas em estúdio de televisão, é importante chegar cedo, preferencialmente com 30 minutos de antecedência. Isso será necessário para que a equipe de TV providencie a maquiagem (necessária inclusive para os homens, por

- conta da iluminação), faça a preparação no local da entrevista (posicionamentos, configuração do som dos microfones etc.).
- b) No dia, prefira a escolha de roupas sóbrias e mais formais. Evite o excesso de cores e estampas, pois podem trazer um efeito visual ruim no vídeo e desviar a atenção do telespectador.
 - c) Para os homens, é preferível o uso de ternos escuros, que impõem mais seriedade. Todavia, caso escolha um terno claro, opte por gravatas escuras para contrastar. Cuidado também com as meias, que devem ser longas e discretas, para não causar uma imagem ruim no vídeo.
 - d) As mulheres, por sua vez, devem evitar joias ou bijuterias muito chamativas e o excesso de maquiagem. Isso também pode comprometer o efeito visual.
 - e) Se a entrevista for marcada no ambiente de trabalho ou outro, prefira os lugares mais tranquilos, desligue o telefone e peça para não ser interrompido(a).
 - f) Para uma boa entrevista, procure estar bem informado sobre o tema a ser abordado.
 - g) Prepare-se com antecedência, com dados e números passíveis de questionamento.
 - h) Procure saber do jornalista quais prováveis perguntas serão feitas. Da mesma forma, procure conhecer o perfil do programa e do jornalista. Isto o ajudará na preparação para a entrevista.
 - i) Iniciada a entrevista, evite as más posturas. Evite curvar o corpo, cruzar os braços ou gesticular demais.
 - j) Expresse-se com calma e de forma objetiva. Respostas muito longas, prolixas ou com excesso de jargões podem tirar o foco da entrevista e da mensagem que se busca transmitir. O público da TV é heterogêneo e nem sempre compreenderá o significado dos termos técnicos.
 - k) Procure olhar para o entrevistador ao responder e aja com naturalidade, falando com seu tom natural de voz.
 - l) Seja assertivo(a); nunca agressivo(a). Esteja preparado(a) para responder com naturalidade todas as perguntas, inclusive as mais indelicadas.

8.4 Entrevista para rádio

- a) No rádio, é essencial ter cuidado com a clareza da fala, a pronúncia correta das palavras e o ritmo do discurso. Frases curtas e objetivas ajudam na compreensão do ouvinte e na dinâmica do rádio.
- b) Se necessário, repita a informação. É comum no rádio o ouvinte acompanhar a entrevista já em andamento, bem como ligar para fazer perguntas. Por isso, é importante repetir as informações.
- c) Fale naturalmente, sem decorar o que vai dizer.
- d) Evite o uso de jargões, clichês ou palavras difíceis. O excesso de siglas internas e termos técnicos também são prejudiciais à boa entrevista.
- e) Ao falar de números, prefira falar em termos aproximados (números "redondos"). Por exemplo, no lugar de 10,17% do eleitorado, fale pouco mais de 10%. Ou ainda, ao invés de 9,8%, diga quase 10% dos eleitores, etc.

- f) Mais uma vez, prepare-se para a entrevista. Seja ao vivo ou gravada, no estúdio ou por telefone, é imprescindível estar preparado(a) sobre o tema da entrevista, prováveis perguntas e questionamentos. Tenha os dados principais em mãos.
- g) Finalmente, se alguma informação importante passou despercebida do repórter ou sua resposta foi interrompida pelo intervalo comercial, não fique constrangido(a) de retomar ao assunto esquecido ou de completar o seu raciocínio, se o entrevistador não tomar a iniciativa. Passar a informação completa e de forma clara é muito importante.

8.5 Entrevista para imprensa escrita

- a) É determinante na atividade jornalística o fator tempo, porque o repórter tem um prazo para entregar suas matérias, ou seja, o *deadline*;
- b) Nos veículos impressos esse prazo é muitas vezes curto, e isso se deve a algumas publicações serem feitas logo no dia seguinte após a entrevista;
- c) Transparência e cumprimento de compromissos assumidos com profissionais desse tipo de veículo são fundamentais;
- d) Procure responder pausadamente, com didática, clareza e nitidez assim irá facilitar o trabalho do jornalista que estará anotando;
- e) Certifique-se de que compreendeu a pergunta do repórter para evitar interpretações equivocadas da sua resposta. Uma vez a matéria publicada, ocorrendo erros, ~~somente poderá ter correções~~ pode acontecer das correções serem feitas após 2 (dois) dias e por meio de uma errata no rodapé do jornal;
- f) Se identificar uma publicação incorreta comunique imediatamente à ASCOM, que avaliará o impacto e solicitará ao veículo a retificação do texto;
- g) Documentos sigilosos que tenham interesse jornalístico certamente serão publicados. Logo, certifique-se bem, antes de entrega-lo a um jornalista;
- h) A data da publicação ou o tamanho da matéria é de responsabilidade do editor do veículo, que irá estabelecer as prioridades das notícias. Por isso, nunca faça cobranças ao repórter

8.6 Entrevista para portais de notícias

A internet permite a qualquer pessoa ter acesso a informações em diversos lugares, basta um dispositivo eletrônico (computador, smartphone, tablet) conectado à rede. Rapidez e interatividade são características essenciais dos sites noticiosos. O jornalista desse tipo de veículo pode divulgar os fatos quase imediatamente à sua ocorrência.

- a) Os jornalistas das agências também sofrem com o curto *deadline*. E muitas vezes nem conhecem com precisão o tema que estão lidando. É importante na hora da entrevista ser didático, claro e preciso;
- b) Para facilitar a comunicação, depois de averiguar as informações, caso o jornalista esteja longe da fonte, as perguntas podem ser enviadas e respondidas por e-mail;
- c) As notícias em rede repercutem com grande velocidade para diferentes veículos. Não perca a oportunidade de dar uma boa entrevista.

8.7 Informações em ON e OFF

ON - Frases de entrevistados são, frequentemente, utilizadas por jornalistas em suas matérias para dar maior credibilidade à notícia. No meio jornalístico, é o que se conhece por ON. Desta forma, é preciso ter cuidado com o que se diz em uma entrevista - o que não pode ser publicado não deve ser dito -, afinal, a função do jornalista é divulgar informação. É preciso ter cuidado, também, com as palavras usadas para não ser surpreendido pela edição, que, na maioria das vezes, não é feita pelo próprio repórter. Devem-se evitar respostas evasivas - “nada a declarar”, “sem comentários”.

OFF – Informação OFF é aquela dada sob sigilo (sem gravação, dada em uma situação informal); aquela cujo nome da fonte será preservado. Você só deve conceder uma informação em off para um jornalista de sua mais alta confiança e depois de reforçar que você não quer que seu nome seja citado. Contudo, a indicação é NÃO FALAR EM OFF, pois a matéria-prima da Imprensa é a informação. Assim, em algum momento aquela informação dada em OFF poderá ser usada e, até mesmo, a fonte revelada caso o jornalista seja pressionado, pois o anonimato enfraquece a notícia. Portanto, caso não queira ou não possa abordar um assunto, diga claramente ao jornalista e evite o off.

ANEXO 2 – Para detentor dos direitos

TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ, QUE FIRMAM ENTRE SI, A UNIÃO, ATRAVÉS DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA E O(A) SR(A). _____, NA FORMA ABAIXO.

O(A) Sr(a). _____, brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito(a) no CPF/CNPJ sob o n.º _____, com endereço à _____, _____ (município), doravante denominado **CEDENTE**, detentor do direito de imagem e voz do(a) Sr(a). _____, brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito(a) no CPF/CNPJ sob o n.º _____, com endereço à _____, _____ (município), e a **UNIÃO**, por intermédio do **TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA**, com sede no Centro Administrativo da Bahia, 1ª Avenida, n.º 150 - Paralela, nesta Capital, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 05.967.350/0001-45, doravante denominado **CESSIONÁRIO**, neste ato representado pelo seu/sua Diretor(a)-Geral, _____, RG nº XXXXXXX - SSP/BA, CPF nº XXX.XXX.XXX-XX, no uso da competência que lhe é atribuída pelo Regulamento Interno deste Tribunal, têm entre si justa e avençada o presente **TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**, em conformidade com o constante do Processo n.º 49.257/2013, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA

O Cedente oferece ao Cessionário, gratuitamente, sem exclusividade, o direito ao uso de sua imagem e voz, com ou sem utilização de músicas de sua autoria, por todo o período de duração da campanha do jovem eleitor e voto consciente, pela Justiça Eleitoral da Bahia, que será veiculada em emissoras de rádio e televisão, impressos e na Internet.

CLÁUSULA SEGUNDA

O Cessionário compromete-se a:

1. utilizar a imagem do Cedente apenas nos meios e para o fim acima descritos;
2. não efetuar modificação na fisionomia do Cedente;
3. não utilizar a imagem do Cedente de forma depreciativa ou que possa representar, sob qualquer forma, algum tipo de violação à legislação autoral ou dano moral.

CLÁUSULA TERCEIRA

Fica o Cessionário autorizado a transferir o direito de uso a outros Órgãos públicos para o específico fim de informação aos eleitores.

CLÁUSULA QUARTA

Para dirimir dúvidas ou litígios decorrentes da interpretação deste instrumento, as partes elegem, com expressa renúncia a qualquer outro, o Foro da Justiça Federal desta Capital, Estado da Bahia.

E, por estarem justos e contratados, assinam as partes o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Salvador, _____ de _____ de 2018.

Diretor(a) Geral do TRE-BA

CEDENTE

Testemunhas: _____ R.G.:

_____ R.G.:

ANEXO 3 – Para maior de 18 anos

TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ, QUE FIRMAM ENTRE SI, A UNIÃO, ATRAVÉS DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA E O(A) SR(A). _____
_____, NA FORMA ABAIXO.

O(A) Sr(a). _____,
brasileiro(a), _____ (estado civil), _____ (profissão), portador(a) do
RG n.º _____, inscrito(a) no CPF/CNPJ sob o n.º _____, com
endereço à _____, Salvador - BA, doravante
denominado **CEDENTE**, e a **UNIÃO**, por intermédio do **TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA
BAHIA**, com sede no Centro Administrativo da Bahia, 1ª Avenida, n.º 150 - Paralela, nesta
Capital, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 05.967.350/0001-45, doravante denominado
CESSIONÁRIO, neste ato representado pelo seu/sua Diretor(a)-Geral,
_____, RG n.º XXXXXXX - SSP/BA, CPF n.º
XXX.XXX.XXX-XX, no uso da competência que lhe é atribuída pelo Regulamento Interno
deste Tribunal, têm entre si justa e avençada o presente **TERMO DE CESSÃO DE USO DE
IMAGEM E VOZ**, em conformidade com o constante do Processo n.º 49.257/2013,
mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA

O Cedente oferece ao Cessionário, gratuitamente, sem exclusividade, o direito ao uso de sua imagem e voz, com ou sem utilização de músicas de sua autoria, por todo o período de duração da campanha do jovem eleitor e voto consciente, pela Justiça Eleitoral da Bahia, que será veiculada em emissoras de rádio e televisão, impressos e na Internet.

CLÁUSULA SEGUNDA

O Cessionário compromete-se a:

1. utilizar a imagem do Cedente apenas nos meios e para o fim acima descritos;
2. não efetuar modificação na fisionomia do Cedente;
3. não utilizar a imagem do Cedente de forma depreciativa ou que possa representar, sob qualquer forma, algum tipo de violação à legislação autoral ou dano moral.

CLÁUSULA TERCEIRA

Fica o Cessionário autorizado a transferir o direito de uso a outros Órgãos públicos para o específico fim de informação aos eleitores.

CLÁUSULA QUARTA

Para dirimir dúvidas ou litígios decorrentes da interpretação deste instrumento, as partes elegem, com expressa renúncia a qualquer outro, o Foro da Justiça Federal desta Capital, Estado da Bahia.

E, por estarem justos e contratados, assinam as partes o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Salvador, _____ de _____ de 2018.

Diretor(a) Geral do TRE-BA

CEDENTE

Testemunhas: _____ R.G.:

_____ R.G.:

ANEXO 4 – Para maior de 16 e menor de 18 anos

TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ, QUE FIRMAM ENTRE SI, A UNIÃO, ATRAVÉS DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA E O(A) SR(A). _____, NA FORMA ABAIXO.

O(A) Sr(a). _____, brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito(a) no CPF/CNPJ sob o n.º _____, representado(a) por _____(representante legal), brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito no CPF/CNPJ sob n.º _____, com endereço à _____, Salvador - BA, doravante denominado **CEDENTE**, e a **UNIÃO**, por intermédio do **TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA**, com sede no Centro Administrativo da Bahia, 1ª Avenida, n.º 150 - Paralela, nesta Capital, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 05.967.350/0001-45, doravante denominado **CESSIONÁRIO**, neste ato representado pelo seu/sua Diretor(a)-Geral, _____, RG n.º XXXXXXX - SSP/BA, CPF n.º XXX.XXX.XXX-XX, no uso da competência que lhe é atribuída pelo Regulamento Interno deste Tribunal, têm entre si justa e avençada o presente **TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**, em conformidade com o constante do Processo n.º 49.257/2013, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA

O Cedente oferece ao Cessionário, gratuitamente, sem exclusividade, o direito ao uso de sua imagem e voz, com ou sem utilização de músicas de sua autoria, por todo o período de duração da campanha informativa do recadastramento biométrico de eleitores, pela Justiça Eleitoral da Bahia, que será veiculada em emissoras de rádio e televisão, impressos e na Internet.

CLÁUSULA SEGUNDA

O Cessionário compromete-se a:

1. utilizar a imagem do Cedente apenas nos meios e para o fim acima descritos;
2. não efetuar modificação na fisionomia do Cedente;
3. não utilizar a imagem do Cedente de forma depreciativa ou que possa representar, sob qualquer forma, algum tipo de violação à legislação autoral ou dano moral.

CLÁUSULA TERCEIRA

Fica o Cessionário autorizado a transferir o direito de uso a outros Órgãos públicos para o específico fim de informação aos eleitores.

CLÁUSULA QUARTA

Para dirimir dúvidas ou litígios decorrentes da interpretação deste instrumento, as partes elegem, com expressa renúncia a qualquer outro, o Foro da Justiça Federal desta Capital, Estado da Bahia.

E, por estarem justos e contratados, assinam as partes o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Salvador, _____ de _____ de 2018.

Diretor Geral do TRE-BA

CEDENTE (Representado)

REPRESENTANTE

Testemunhas:

_____ R.G.:

_____ R.G.:

ANEXO 5 – Para menores de 16 anos

TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ, QUE FIRMAM ENTRE SI, A UNIÃO, ATRAVÉS DO TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA E O(A) SR(A). _____
_____, **NA FORMA ABAIXO.**

O(A) Sr(a). _____, brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito(a) no CPF/CNPJ sob o n.º _____, assistido(a) por _____(representante legal), brasileiro(a), _____(estado civil), _____(profissão), portador(a) do RG n.º _____, inscrito no CPF/CNPJ sob n.º _____, com endereço à _____, Salvador - BA, doravante denominado **CEDENTE**, e a **UNIÃO**, por intermédio do **TRIBUNAL REGIONAL ELEITORAL DA BAHIA**, com sede no Centro Administrativo da Bahia, 1ª Avenida, n.º 150 - Paralela, nesta Capital, inscrito no CNPJ/MF sob o n.º 05.967.350/0001-45, doravante denominado **CESSIONÁRIO**, neste ato representado pelo seu/sua Diretor(a)-Geral, _____, RG n.º XXXXXXX - SSP/BA, CPF n.º XXX.XXX.XXX-XX, no uso da competência que lhe é atribuída pelo Regulamento Interno deste Tribunal, têm entre si justa e avençada o presente **TERMO DE CESSÃO DE USO DE IMAGEM E VOZ**, em conformidade com o constante do Processo n.º 49.257/2013, mediante as cláusulas e condições seguintes:

CLÁUSULA PRIMEIRA

O Cedente oferece ao Cessionário, gratuitamente, sem exclusividade, o direito ao uso de sua imagem e voz, por todo o período de duração da campanha do jovem eleitor e voto consciente, pela Justiça Eleitoral da Bahia, que será veiculada em emissoras de rádio e televisão, impressos e na Internet.

CLÁUSULA SEGUNDA

O Cessionário compromete-se a:

1. utilizar a imagem do Cedente apenas nos meios e para o fim acima descritos;
2. não efetuar modificação na fisionomia do Cedente;
3. não utilizar a imagem do Cedente de forma depreciativa ou que possa representar, sob qualquer forma, algum tipo de violação à legislação autoral ou dano moral.

CLÁUSULA TERCEIRA

Fica o Cessionário autorizado a transferir o direito de uso a outros Órgãos públicos para o específico fim de informação aos eleitores.

CLÁUSULA QUARTA

Para dirimir dúvidas ou litígios decorrentes da interpretação deste instrumento, as partes elegem, com expressa renúncia a qualquer outro, o Foro da Justiça Federal desta Capital, Estado da Bahia.

E, por estarem justos e contratados, assinam as partes o presente instrumento, em 02 (duas) vias de igual teor e forma, na presença de duas testemunhas, para que produza seus jurídicos e legais efeitos.

Salvador, _____ de _____ de 2018.

Diretor(a)-Geral do TRE-BA

CEDENTE (Assistente)

Testemunhas: _____ RG:

_____ RG: